

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КИНОПРОИЗВОДСТВА В КИТАЕ В ПЕРВОЙ ЧЕТВЕРТИ XXI ВЕКА

А. В. Макаревич,

*кандидат искусствоведения, доцент, заведующий кафедрой
менеджмента социально-культурной деятельности учреждения
образования «Белорусский государственный университет
культуры и искусств»*

Аннотация. В статье рассматривается, какие изменения произошли в китайской киноиндустрии, в частности, в кинопроизводстве, в результате реформ рубежа XX–XXI вв. Принятые Государственным советом Китая законодательные акты в области кинематографии способствовали дальнейшему росту и развитию данной сферы – увеличению количества кинопроизводящих организаций и как следствие – национальных фильмов, расширению совместного производства фильмов с другими странами, привлечению широкого круга инвесторов и повышению кассовых сборов.

Ключевые слова: кинопроизводство, киноиндустрия, китайские кинокомпании.

FEATURES OF FILM PRODUCTION ORGANIZATION IN CHINA IN THE FIRST QUARTER OF THE XXI CENTURY

A. Makarevich,

*PhD in Art History, Associate Professor, Head of the Department
of Management of Social and Cultural Activities of the Educational
Institution «Belarusian State University of Culture and Arts»*

Abstract. The article examines what changes have occurred in the Chinese film industry, in particular in film production, as a result of reforms at the turn of the 20th and 21st centuries. Legislative acts in the field of cinematography adopted by the State Council of China contributed to the further growth and development of this area – an increase in the number of film-producing organizations, and as a result national films, the expansion

of joint production of films with other countries, attracting a wide range of investors and increasing box office receipts.

Keywords: film production, film industry, Chinese film companies.

Китайская киноиндустрия вступила в период бурного развития с вступлением в XXI столетие. С каждым годом увеличивается количество фильмов, кинотеатров и экранов, растут кассовые сборы. В 2003 г. общий кассовый доход составил 900 млн юаней. Пять лет спустя эта цифра преодолела отметку в 4 млрд юаней и достигла 4,341 млрд юаней, что сделало китайский рынок одним из десяти крупнейших мировых рынков. В 2010 г. кассовые сборы превысили 10 млрд юаней. В 2021 г. кассовые сборы Китая достигли 61,7 млрд юаней, что составляет 10 % мирового кинорынка и делает китайский кинорынок вторым по величине в мире [3]. В том же году количество фильмов с кассовыми сборами в 10 млн юаней впервые превысило 100. Постоянное увеличение сети театров и кинотеатров способствовало развитию китайской киноиндустрии. С 2010 по 2021 г. десять ведущих сетей кинотеатров по кассовым сборам приносили 70 % общих кассовых сборов в Китае.

Китайская киноиндустрия в настоящее время состоит из трех секторов: производство, распространение и проектирование.

Традиционно к кинопроизводству относятся процесс инвестирования в фильм, съемка и постпродакшн. Продюсер владеет авторскими правами на фильм и имеет право продавать авторские права дистрибьюторам или получать прибыль от распределения кассовых сборов.

Несмотря на наличие многочисленных кинопродюсеров в Китае, производственными организациями, имеющими реальное влияние на рынок, являются государственная China Film Group и частные Huayi Brothers, Enlight Pictures, Bona и Le Vision Pictures. Доля в кинопроизводстве есть у Wanda Pictures, Shanghai Film Group, Hong Kong's Media Asia и Sil-Metropole. По оценкам, в ближайшие несколько лет на китайском рынке кинопроизводства будут доминировать несколько гигантов и несколько производителей художественных фильмов.

Большинство китайских фильмов не только производится, но и распространяется одной и той же компанией, такой как CFGC, Huayi Brothers, Enlight Pictures и Le Vision Pictures. Среди них CFGC и Huaxia Film Distribution Co., Ltd. имеют право распространять импортные коммерческие фильмы.

На рубеже XX–XXI вв. в Китае был проведен ряд реформ системы управления фильмами, была реструктурирована Китайская корпора-

ция по производству фильмов, и кинопроизводство в Китае долгое время находилось под непосредственным контролем Государственного министерства радио, кино и телевидения. В 2001 г. Государственный совет принял «Положение о киноменеджменте», в 2011 г. был опубликован юридическим отделом Государственного совета «Закон о развитии киноиндустрии Китайской Народной Республики» [2]. Также в первой четверти XXI в. Китай последовательно подписал ряд соглашений о совместном производстве фильмов с Францией, Великобританией, Кореей и другими странами, чтобы в полной мере способствовать развитию совместного производства. С Республикой Беларусь соглашение о совместном производстве фильмов было подписано 20 ноября 2023 г. между киностудией «Беларусьфильм» и компанией Sichuan Blue Eyes Film and Television Culture Media Co., Ltd. Первым планируется к производству белорусско-китайский фильм «На веки вечные» о дружественных взаимоотношениях между странами. Соединенное Королевство, Канада, Германия, Франция и Италия редко сотрудничают с Китаем в создании фильмов, в то время как Соединенные Штаты и Китай часто работают вместе, создавая определенное количество работ каждый год.

С омоложением китайского кинорынка значительно улучшились условия для инвестиций в кино. В рамках данной сферы было вложено большое количество капитала, в том числе государственного, промышленного и частного. В частности, с интенсивным выпуском политики поддержки культурных индустрий инвестиции в кино и телевидение начались с внутреннего и иностранного капитала и создания фондов кино и телевидения. Как отмечается в уставе фондов, профессиональные продюсеры с опытом работы в кино и на телевидении, а также крупные группы индустрии культуры были основными внутренними инвесторами. Совместное производство фильмов в Китае осуществляется в следующих формах: прямые инвестиции, банковские кредиты, кинофонды, размещение продукта, сетевое финансирование, предварительная продажа авторских прав.

Прямые инвестиции предназначены для производства фильмов, которые полностью инвестируются продюсером или совместно инвестируются несколькими сторонами. Сторона или стороны, вносящие прямые инвестиции, будут иметь право на участие в будущих доходах. Схема инвестирования четко определена и быстро окупается. Как один из наиболее часто используемых методов инвестирования и финансирования кино прямые инвестиции имеют самый широкий спектр применения. «Любовь не слепа» – один из самых успешных примеров прямых инвестиций в кинопроизводство.

Банковский кредит: в 2022 г. семь министерств и комиссий выпустили циркуляр о некоторых экономических стратегиях поддержки развития кино, чтобы побудить финансовые учреждения предоставлять кредиты для кинопроизводства. Ряд финансовых учреждений, в том числе Пекинский банк, Промышленно-коммерческий банк Китая, Банк Цзянсу, Китайский банк Миншэн, Банк Хуаксия и Китайский торговый банк, поддержали производство фильмов с помощью таких финансовых продуктов как ипотечные кредиты на нематериальные активы. Например, «Цветы войны» получили кредит в размере 150 млн юаней от Китайского банка Миньшэнь; «Летающие мечи драконьих ворот» (режиссер Цуй Харк) получил кредит в Пекинском банке на 100 млн юаней, а «Маленькие времена» получили кредит в размере 60 млн юаней от Банка Нанкин [1].

Кинофонды приобретают все большую популярность как новая модель инвестирования. По состоянию на ноябрь 2022 г. в Китае было 111 фондов индустрии культуры, включая инвестиционные фонды, управляемые государством, отраслевые инвестиционные фонды, частный и венчурный капитал и другие источники инвестиций, а также отраслевые инвестиционные фонды [4]. В Китае более крупные и более активные фонды – помимо тех инвесторов, которые участвовали в более раннем кинопроизводстве, таких как China Film Group Corporation, Shanghai Film Group и Huayi Brothers, – оказали влияние на один или несколько сегментов киноиндустрии.

Размещение продукта, а именно встроенный маркетинг, делается для снижения инвестиционных рисков. Многие кинокомпании используют продакт-плейсмент – стабильный способ получения прибыли – в качестве доминирующей модели инвестиций в кинопроизводство. Примеры включают «Похороны крупной шишки» и «Трансформеры: Эпоха истребления», в которых много продакт-плейсмента. Фильмы могут покрывать расходы или приносить небольшую прибыль до выпуска за счет продакт-плейсмента и предварительной продажи авторских прав.

Платформы сетевого финансирования, включая Zhongcou.cn, еще не берут на себя полномочия трансформировать традиционные средства кинопроизводства, но они добавляют каналы финансирования и платформы для развития киноиндустрии. Примеры включают Yulebao Alibaba, который был продан трижды, продавая инвестиционные проекты, такие как «Маленькие времена 4» и «Тотем Волка»; Waifuoxi компании Baidu, которая выбрала «Золотую эру» для корпорации; Soufenzi торгового центра JD Online, в котором представлены такие продукты как микропенки.

Предварительная продажа авторских прав, государственные инвестиции и другие источники также являются важными средствами финансирования производства.

Прибыль китайской сети киноиндустрии основана на кассовых сборах и распределяется в форме распределения кассовых сборов. Около 3,3 % налога на бизнес и его надбавки (включая налог на содержание города и строительство и дополнительный налог на образование, в зависимости от района), а также 5 % специальных кинофондов вычитаются перед разделением. Разделение кассовых сборов = налог на прибыль от кассовых сборов и его надбавки к специальным кинофондам.

Фильмы с разделением доходов импортируются исключительно China Film Group Corporation (CFGC) и распространяются CFGC и Huaxia Film Distribution Co., Ltd. Первоначальная квота на фильмы составляла 20 фильмов в год. Четырнадцать фильмов расширенного формата (например, 3D или IMAX) были добавлены к квоте после того, как Китай и США заключили соглашение с ВТО в 2012 г. Импортный выкупной фильм распространяется CFGC и Huaxia. Соотношение распределения кассовых сборов фильмов такое же, как в Соединенных Штатах. Разница в том, что расходы на копирование и распространение фильма оплачиваются дистрибьюторами в США, а производители в Китае несут то же самое.

1. *Davis, D.* Market and Marketization in the China Film Business / D. Davis // *Cinema Journal*. – 2019. – № 49. – P. 121–125.

2. *Jianxun, W.* Analysis on the Development Path of Chinese Film Industry from the Perspective of Cooperation-competition / W. Jianxun // *Chinese Cinema*. – 2018. – № 5. – P. 29–71.

3. *Shanshan, P.* Analysis and Forecast of the Influencing Factors of Chinese Box Office / P. Shanshan // *Advances in Social Sciences*. – 2019. – № 8. – P. 489–495.

4. *Yang, D.* The Status Quo, Causes, Problems and Countermeasures of China's Film Industry / D. Yang // *Journal of Service Science and Management*. – 2022. – № 8. – P. 801–808.